

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

Dengan mengacu kepada hasil pengolahan data dan pembahasan mengenai pengujian hipotesis pada Bab IV, serta terkait dengan permasalahan sebagaimana telah diungkapkan pada Bab II, maka pada Bab V penulis akan mengungkapkan mengenai kesimpulan, saran, dan rekomendasi untuk perusahaan tempat pengambilan data, serta untuk penelitian selanjutnya.

5.1 Simpulan

Dengan mengacu kepada hasil pengolahan data dan pembahasan pada Bab 4, hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas informasi ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shopee di Surabaya. Hal ini berarti Hipotesis 1 diterima.
2. Kualitas sistem ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shopee di Surabaya. Hal ini berarti Hipotesis 2 diterima.
3. Kualitas layanan ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Shopee di Surabaya. Hal ini berarti Hipotesis 3 diterima.
4. Kepuasan konsumen ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli ulang konsumen Shopee di Surabaya. Hal ini berarti Hipotesis 4 diterima.

Dengan mengacu kepada kelima kesimpulan diatas maka berikut ini diuraikan beberapa saran teoritis dan saran praktis dari hasil penelitian tersebut.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Teoritis

Adapun yang menjadi saran teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat meneliti variabel-variabel lain yang mungkin juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan dan niat beli ulang seperti persepsi nilai, harga promosi, dan lain sebagainya
2. Perlu dipertimbangkan agar penelitian selanjutnya dapat menggunakan model penelitian yang telah digunakan dalam penelitian ini serta menggunakan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel yang ada dalam penelitian ini, akan tetapi menggunakan obyek penelitian pelanggan perusahaan lain baik pesaing maupun perusahaan pada bidang lainnya.

5.2.2. Saran Praktis

Adapun saran praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Lebih memperhatikan kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan pada konsumen Shopee di Surabaya sebab dengan memperhatikan ketiga hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan niat beli ulang konsumen Shopee di Surabaya.
2. Lebih memprioritaskan Kualitas Informasi yang paling berdampak pada kepuasan konsumen Shopee di Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhter, S. H. (2010). Service Attributes Satisfaction and Actual Repurchase Behavior: the Mediating Influence of Overall Satisfaction and Purchase Intention. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 23, 52–64. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/850402322?accountid=51152>
- Chang, W.-L., Yuan, S.-T., & Hsu, C. W. (2010). Creating the experience economy in e-commerce. *Communications of the ACM*, 53(7), 122. <https://doi.org/10.1145/1785414.1785449>
- Clark, E., Cho, G., & Hoyle, A. (2010). *Cyber Law in Australia*. Sydney: Kluwer Law International.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Fang, W., Mahajan, V., & Balasubramanian, S. (2003). An Analysis of E-Business Adoption and Its Impact on Business Performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(4), 425–447. <https://doi.org/10.1177/0092070303255379>
- Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Education.
- Hume, M., & Mort, G. S. (2010). The consequence of appraisal emotion, service quality, perceived value and customer satisfaction on repurchase intent in the performing arts. *Journal of Services Marketing*, 24(2), 170–182. <https://doi.org/10.1108/08876041011031136>
- Irawan, H. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Jogiyanto, H. M. (2005). *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen*. New Jersey: Pearson Education.
- Krimaji. (2015). *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu. Manajemen YKPN.
- Lai, J. Y., Ulhas, K. R., & Lin, J. Da. (2014). Assessing and managing e-commerce service convenience. *Information Systems Frontiers*, 16(2), 273–289. <https://doi.org/10.1007/s10796-012-9344-2>
- McLeod, R., & Schell, G. P. (2007). *Management Information Systems*. New Jersey: Pearson Education. ?????
- Mosavi, S. A., & Ghaedi, M. (2012). A survey on the relationship between trust, customer loyalty, commitment and repurchase intention. *African Journal of Business Management*, 6(36). <https://doi.org/10.5897/ajbm11.2141>
- Mulyadi. (2016). *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Negash, S., Ryan, T., & Igbaria, M. (2003). Quality and effectiveness in Web-based customer support systems. *Information and Management*, 40(8), 757–768. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(02\)00101-5](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(02)00101-5)
- Noronha, A. K., & Rao, P. S. (2017). Effect of Website Quality on Customer Satisfaction and Purchase Intention in Online Travel Ticket Booking Websites. *Scientific & Academic Publishing*, 5(7), 168–173. <https://doi.org/10.5923/j.mm.20170705.02>
- Ong, E. T., & Ruthven, K. (2009). The effectiveness of smart schooling on students attitudes towards science. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 5(1), 35–45. <https://doi.org/10.12973/ejmste/75255>
- Phuong, N. N. D., & Trang, T. (2019). Repurchase Intention: The Effect of Service Quality, System Quality, Information Quality, and Customer Satisfaction as Mediating Role: A PLS Approach of M-Commerce Ride Hailing Service in Vietnam. *Marketing and Branding Research*, 5(2), 78–91. <https://doi.org/10.33844/mbr.2018.60463>
- Putri, Y., Pramuditha, C. A., & Juwita, R. (2016). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Toko Buku Gramedia Kolonel Atmo Palembang)*. 1–17.

- Ranjbarian, B., Sanayei, A., Kaboli, M. R., & Hadadian, A. (2012). An Analysis of Brand Image, Perceived Quality, Customer Satisfaction and Re-purchase Intention in Iranian Department Stores. *International Journal of Business and Management*, 7(6). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n6p40>
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2015). *Accounting Information Systems*. England: Peason Educational Limited.
- Setyaningsih, R., Mangunwihardjo, S., & Soesanto, H. (2007). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekuitas Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Dôme Di Surabaya)*. 4, 30–43. Retrieved from <http://eprints.undip.ac.id/18818/>
- Silalahi, G. A. (2003). *Metodologi Penelitian dan Studi Kasus*. Sidoarjo: CV. Citramedia.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulianta, F. (2009). *Web Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Surawiguna, T. J. (2010). e-commerce in information age. In *e-commerce in information age*. (n.d.). Yogyakarta.
- Tananjaya, V. A. (n.d.). Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi, Dan Perceived Usefulness Terhadap Keberhasilan Implementasi Software Akuntansi. *Berkala Ilmu Mahasiswa Akuntansi*, 1(3), 65–69.
- Tata, S. (2012). *Analisis Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Thamrin, A. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Umar, H. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wibowo, W. A. (2013). Pengaruh System Quality, Information Quality, dan Service Quality terhadap User Satisfaction website Lion Airlines dan Sriwijaya Airlines. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1–22. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/132491-ID-none.pdf>
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2009). *Struktural equation modeling: Belajar lebih mudah teknik analisis data kuesioner dengan lisrel - PLS*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Yuliarmi, N. N., & Riyasa, P. (2007). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pdam Kota

Denpasar. *Bulletin Studi Ekonomi*, 12(April), 103–112.
<https://doi.org/10.1007/978-1-4614-7141-7>

Kusnendi (2008) dalam Agri Wanodya Rimbawantika (2017). Meningkatkan Customer Loyalty Melalui Experiential Marketing Dengan Mediasi Purchase Behavior (Waroeng Kroepoek Solo) <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/1633/1/Full%20Text.pdf>

(Haier, *et al.* 1998:660; dalam Sitinjak dan Sugiarto, 2006:67) <https://www.coursehero.com/file/p7smods/Persamaan-struktural-atau-uji-kecocokan-model-struktural-digunakan-untuk/>

Ghozali, I dan Fuad. 2005. *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Liputan6.com <https://www.liputan6.com/tekno/read/2379136/shopee-aplikasi-belanja-online-c2c-meluncur-di-indonesia>